

ANIMASI 3 DIMENSI SEBAGAI SARANA SOSIALISASI PENTINGNYA KECERDASAN EMOSIONAL DALAM KEHIDUPAN REMAJA

Ronald Tanga Ili Watun¹, Gde Lingga Ananta Kusuma Putra², Gede Pasek Putra Adnyana Yasa³

^{1,2,3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali
Jl. Tukad Batanghari No.29, Panjer, Kec. Denpasar Barat, Denpasar 80225, Bali- Indonesia

e-mail: ronaldwatun12@gmail.com¹, 14vielink@gmail.com², pasekputra99@gmail.com³

Received : September, 2019

Accepted : September, 2019

Published : October, 2019

Abstract

In general, every human being must face problems and trials of life. There are various kinds of problems that come in life, do not know when, where and how these problems come. In dealing with problems, humans have their own ways to overcome these problems. There are those who give up easily and some who can overcome them. In this case the role of emotional intelligence is very important. Especially at the age of adolescence sometimes difficult to control emotions in themselves, resulting in a sense of hopelessness. Therefore, it is necessary to design a media that can be used to socialize the importance of emotional intelligence in adolescent life. The results showed that the concept that was appropriately used to socialize the importance of emotional intelligence in adolescents' lives was the concept of "Emotional Spirit". This concept was chosen to fit the objectives of this socialization as well as the intended target of youth. This 3D animated story was taken based on the true story of a teenager who was able to survive for 49 days in the middle of the ocean. In order for the socialization to run effectively, supporting media such as social media, posters, packaging, t-shirts, roll-up banners, stickers, tote bags and key chains are made. Through the design of the socialization media in the form of 3D animation along with its supporting media, it is expected that the target audience, namely adolescents, can better control their emotions when facing problems.

Keywords: emotional intelligence, socialization, 3D animation, teenagers, hopelessness.

Abstrak

Pada umumnya setiap manusia pasti pernah menghadapi masalah dan cobaan hidup. Ada berbagai macam masalah yang datang dalam kehidupan, tidak tahu kapan, dimana dan bagaimana masalah tersebut datang. Dalam menghadapi masalah, manusia punya cara masing-masing untuk mengatasi masalah tersebut. Ada yang mudah menyerah dan ada juga yang dapat mengatasinya. Dalam hal ini peran kecerdasan emosional sangat penting. Khususnya pada usia remaja terkadang sulit untuk mengontrol emosi dalam diri, sehingga timbul rasa putus asa. Maka dari itu perlu dirancang media yang dapat digunakan untuk mensosialisasikan pentingnya kecerdasan emosional dalam kehidupan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep yang sekiranya tepat digunakan untuk mensosialisasikan pentingnya kecerdasan emosional dalam kehidupan remaja adalah konsep "Emotional Spirit". Konsep ini dipilih agar sesuai dengan tujuan dari sosialisasi ini serta target yang dituju yaitu remaja. Cerita animasi 3D ini diambil berdasarkan kisah nyata seorang remaja yang mampu bertahan hidup selama 49 hari ditengah lautan. Agar sosialisasi berjalan efektif maka dibuatkan media pendukung seperti sosial media, poster, kemasan, t-shirt, roll-up banner, stiker, tote bag, dan gantungan kunci. Melalui perancangan media sosialisasi berupa animasi 3D beserta media pendukungnya ini, diharapkan target audiens yaitu remaja bisa lebih mengontrol emosi dalam diri ketika menghadapi masalah.

Kata Kunci: animasi 3D, kecerdasan emosional, putus asa, remaja, sosialisasi.

1. PENDAHULUAN

Setiap hari ada berbagai masalah yang harus dihadapi dalam kehidupan. Seringkali cobaan yang berat bisa menimbulkan keputusan. Terkadang manusia sudah berusaha semampunya untuk menyelesaikan masalah dalam kehidupannya, namun tetap tidak mampu mengatasi masalah tersebut. Disaat seperti ini, putus asa dan menyerah bukanlah suatu jawaban. Ada kemauan pasti ada jalan seperti ucapan yang sering kita dengar. Sebuah kalimat sederhana tapi nilainya bisa menumbuhkan semangat dalam perjuangan, semangat dalam usaha, semangat dalam belajar dan semangat dalam menjalani hidup. Menurut [1], manusia mempunyai dua jenis kemauan, yang secara umum dapat dibedakan menjadi kemauan positif dan kemauan negatif. Kemauan positif lebih mengarahkan seseorang untuk menjadi sukses, dimana dia akan dikagumi dan dihargai oleh orang, sedangkan kemauan negatif lebih mengarahkan seseorang terhadap perilaku yang tidak baik atau hal-hal yang merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Pada dasarnya, dengan kemauan dan hasrat yang kuat, maka perjalanan prestasi seseorang semakin waktu semakin menanjak, bukan semakin hari semakin menurun. Kemauan dan hasrat yang setengah-setengah akan membawa seseorang pada kegagalan dan hanya menambahkan kesulitan dalam hidupnya. Tapi kemauan dan hasrat yang kuat akan menjadikan manusia menjadi kuat, kuat mental dan kuat tenaga. Orang yang berkemauan keras untuk mendapatkan sesuatu, tidak pernah memikirkan modal untuk meraih sukses, tidak pernah peduli rintangan yang akan menghalang. Orang yang selalu berpedoman pada kalimat “ada kemauan pasti ada jalan”, entah jalan yang bagaimana yang akan mengantarkan dirinya pada titik keberhasilannya. Dengan kemauan yang keras harus ditanamkan keyakinan dan kepercayaan pada diri sendiri.

Sehubungan dengan hal di atas, ada sebuah kisah nyata seseorang yang mempunyai kemauan dan hasrat yang sangat kuat untuk bertahan hidup seorang diri di samudra pasifik selama 49 hari, karena mengalami musibah diterjang badai saat berada di laut. Namanya Aldi Novel Adilang (19), remaja asal Desa Lansa, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara

Provinsi Sulawesi Utara. Dari kisah Aldi ini dapat dilihat bahwa ada kemauan positif dalam dirinya. Semangat jiwa untuk bertindak dan melakukan sesuatu yang terbaik bagi dirinya sangatlah kuat. Dalam hal menceritakan sebuah kisah dan memuat pesan, dapat diwujudkan melalui media komunikasi visual seperti Film, Buku Cerita, Animasi dan media lainnya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menceritakan sebuah kisah yang memuat pesan adalah animasi.

Animasi adalah gerak gambar yang diciptakan dengan menganalisis gambar per gambar sesuai gerak dan pergerakannya, direkam dan diproyeksikan secara urut dan berturut-turut mengikuti alur cerita serta dilengkapi unsur cahaya, suara, dan waktu [2]. Animasi terdiri dari 2 jenis yaitu 2D dan 3D. Animasi 2D adalah penciptaan gambar bergerak dalam ruang dua dimensi sedangkan animasi 3D adalah penciptaan gambar bergerak dalam ruang tiga dimensi. Animasi 3D adalah merupakan pengembangan dari animasi 2D, keunggulan animasi 3D dibandingkan 2D adalah, di mana karakter yang diperlihatkan semakin hidup dan nyata mendekati wujud aslinya, dimana karakter memiliki bentuk, volume dan ruang. Disamping itu, Levitan dalam [3] menyatakan bahwa animasi mampu memproduksi bermacam-macam efek yang biasanya tidak bisa didapat dengan film gambar hidup atau nyata.

Berdasarkan kisah nyata seseorang yang bernama Aldi Novel Adilang, maka dirancahlah media animasi 3D yang dapat menceritakan sebuah kisah Aldi. Dalam perancangan ini yang dipilih adalah animasi 3D, karena dari segi visualnya lebih terlihat nyata dan dapat ditonton oleh semua kalangan. Kisah Aldi ini diangkat karena banyak pesan kecerdasan emosional dan nilai semangat hidup yang terkandung dalam kisah tersebut. Untuk itu animasi 3D ini diberi judul “Pelukan Dalam Ketakutan”.

2. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif interpretatif. Data dikumpulkan melalui dua metode pengumpulan data yaitu, metode pengumpulan data primer yang meliputi wawancara dan kuesioner, serta metode

pengumpulan data sekunder yang meliputi kepustakaan dan internet. Data yang diperoleh direduksi dan dianalisis berdasarkan keilmuan desain komunikasi visual. Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi langsung terhadap salah satu psikolog I Putu Galang Dharma Putra S, M.Psi., untuk mendapatkan data serta informasi terkait kecerdasan emosional. Sementara pengumpulan data melalui kuisioner dilakukan terhadap remaja di Denpasar. Lokasi yang dipilih yaitu Taman Lumintang, Denpasar. Lokasi ini dipilih karena Taman Lumintang adalah tempat yang cukup ramai dikunjungi remaja setiap harinya.

Selain itu, pencarian data juga dilakukan melalui buku khususnya yang berkaitan dengan pengertian dasar animasi 3D, prinsip animasi, kecerdasan emosional, dan ilustrasi. Fungsi metode ini juga untuk memperjelas secara teoritis ilmiah tentang kasus yang diambil dan juga untuk mencari pendekatan guna mencari pemecahan masalah. Terkait kisah Aldi, pencarian data dan informasi melalui video wawancara di salah satu stasiun tv nasional yaitu Trans7 pada acara Hitam Putih yang diambil dari situs <https://www.youtube.com>.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

3.1.1 Kisah Aldi

Kisah Aldi diambil dari video wawancara di acara televisi yaitu Hitam Putih pada tanggal 27 September 2018. Aldi merupakan objek utama dalam perancangan animasi 3 dimensi ini. Aldi Novel Adilang (19), remaja asal Desa Lansa, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. Aldi adalah remaja yang bertahan hidup di rakit yang terapung di Samudra Pasifik selama 49 hari di atas rakit yang terus bergerak terbawa arus laut. Aldi harus memutar otak untuk dapat bertahan hidup dengan perbekalan yang hanya cukup untuk satu minggu kedepan. Terapung sendirian di tengah Samudra Pasifik membuat Aldi putus asa. Dua hal yang ingin dicapai secepatnya oleh Aldi adalah mengenai daratan dan orangtua. Sekitar pertengahan Agustus 2018, rasa putus asa dalam diri Aldi tampaknya sudah mencapai titik akumulasi. Ia memutuskan bunuh diri. Pikiran Aldi yang masih mengharapkan pertolongan akhirnya terjawab dengan datangnya sebuah kapal tanker MV Arpeggio berbendera Panama yang

bergerak ke Tokuyama, Jepang. Aldi berteriak meminta bantuan, dan awak kapal mendengar teriakan "help" tersebut dari Aldi. Awak kapal kemudian menolong Aldi dengan melemparkan tangga ke arah romponnya. Akhirnya Aldi berhasil selamat dan meninggalkan romponnya. Rompong itu kemudian ditemukan terombang-ambing di perairan Guam, barat Samudra Pasifik. Akhir kisah, Aldi dapat berkumpul kembali bersama keluarganya.

3.1.2 Animasi 3D

Animasi 3D adalah objek yang memiliki tiga buah dimensi ukuran yaitu panjang, lebar, dan kedalaman. Kita dapat memanipulasi sebuah objek sekehendak hati dan dapat memandang sebuah objek dari segala arah. Konsep ini sangat mirip dengan dunia yang sebenarnya sehingga diberi nama dengan kenyataan semu atau dunia maya [4]. Animasi 3D pada saat ini banyak dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan, seperti media visual untuk sosialisasi, promosi, kampanye dan lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Muhdaliha dan Batuaya [5], bahwa animasi memiliki keunggulan dalam menampilkan suatu representasi realitas dan meta-realitas dalam sajian imajinatif dengan teknik-teknik efek visual yang beragam. Prancangan animasi 3D ini menggunakan komputer dan software khusus untuk membuatnya.

3.2 Pembahasan

Perencanaan media merupakan tahapan untuk menentukan media sosialisasi yang tepat, serta efisien dengan kondisi pasar yang ada, sehingga benar-benar bermanfaat ketika dipergunakan untuk mensosialisasikan kecerdasan emosional pada remaja.

Adapun dalam menentukan segmentasi pasar dalam perancangan ini diperlukan 4 (empat) faktor yang menjadi pertimbangan, antara lain:

a) Demografis

Dari faktor demografi, target pasar yang ingin dicapai yaitu: Jenis kelamin: perempuan/laki-laki, usia: 16 – 21 tahun, jenjang pendidikan: sekolah menengah atas/ sederajat, serta pelajar.

b) Geografis

Faktor geografis merupakan tujuan pasar dalam geografis yang berbeda. Berdasarkan faktor geografis, sasaran yang ingin dituju

adalah pelajar yang berada di Minahasa Utara, serta pelajar di seluruh Indonesia pada umumnya.

c) Psikografis/gaya hidup

Berdasarkan psikografis, sasaran yang ingin dituju adalah anak remaja yang menyukai animasi 3D serta tertarik dengan hal – hal yang berhubungan dengan kisah nyata.

d) Behaviour/Perilaku

Dari segi behavior, yang menjadi sasaran perancangan animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan” ini adalah anak remaja yang menyukai hal-hal menarik, kreatif dan berkaitan dengan animasi 3D. Juga memberikan pemahaman tentang kecerdasan emosional dalam mengatasi masalah.

Strategi Media

Strategi media yang diterapkan dalam perancangan animasi 3D ini terdiri dari 7 (tujuh) media. Animasi dipilih sebagai media utama. Dipilihnya animasi sebagai media utama dengan alasan, jika sebuah animasi ditonton secara berkelanjutan yang dalam hal ini sebagai sosialisasi pentingnya kecerdasan emosional bagi remaja, maka lama kelamaan akan menjadi habitus. Habitus menurut pendapatnya Bourdieu yaitu struktur kognitif yang memperantarai individu dalam berurusan dengan realitas sosial dilingkungkannya [6]. Sementara Foucault memiliki istilah lain terkait habitus. Foucault menyebutnya dengan istilah investasi politik. Investasi politik yang dimaksudkan Foucault yaitu terkait dengan tubuh individu penonton animasi yang terdisiplinkan. Tubuh yang terdisiplinkan tersebut sejalan dengan relasi-relasi timbal balik yang kompleks, dikaitkan dengan berbagai relasi kekuasaan dan dominasi [7]. Berikut penjabaran media – media yang digunakan yaitu:

1. Media Utama/ Primer

a. Animasi 3D

Sejak tahun 1950 animasi mulai menjadi bagian dari kebutuhan sekunder bagi remaja dan khalayak umum di Indonesia [8]. Animasi 3D adalah objek yang memiliki tiga buah dimensi ukuran yaitu panjang, lebar, dan kedalaman. Animasi 3D dalam proses pembuatannya, objek dapat dimanipulasi sesuai keinginan. Selain itu juga dapat memandang sebuah objek dari segala arah. Konsep ini sangat mirip dengan dunia yang sebenarnya, sehingga diberi nama dengan kenyataan semu atau dunia maya.

Dengan memvisualisasikan berdasarkan informasi mengenai kisah Aldi yang hanyut selama 49 hari dan pesan tentang kecerdasan emosional, penulis membuat animasi 3D yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari kisah Aldi yang mampu bertahan sendirian di atas rumah rakit selama 49 hari ditengah lautan.

b. Media Sosial

Media sosial yang digunakan untuk mempromosikan animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan” adalah facebook dan instagram. Media sosial ini dipilih karena penggunaanya terdiri dari semua kalangan, sehingga iklan yang disebarakan melalui media sosial ini dapat dijangkau oleh target audiens dan masyarakat lainnya. Dalam media sosial ini dirancang beberapa desain yang memberikan informasi tentang animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Desain diunggah ke media sosial facebook dan istagram disertai *caption* sebagai penunjang dari desain yang diunggah.

c. Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar di atas kertas untuk di display kepada khalayak umum [9]. Poster dibuat untuk mempromosikan sekaligus memberikan informasi mengenai tanggal dan tempat *launching* animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”.

2. Media Pendukung

a. Kemasan.

Kemasan merupakan media yang dapat berfungsi sebagai pelindung produk maupun fungsinya sebagai media sosialisasi. Desain kemasan dapat menjadi identitas sebagai pembeda dengan produk serupa lainnya. Desain kemasan ini dirancang sebagai kemasan DVD.

b. Roll – Up Banner

Roll – Up Banner adalah media sosialisasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan ukuran 60 x 160 cm, dapat digulung otomatis dan mudah dibawa. Media ini nantinya akan berisikan informasi tentang sinopsis animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan” yang akan ditempatkan pada saat pemutaran perdana.

c. T-shirt

T-shirt adalah media komunikasi grafis yang penerapannya di atas kain. T-shirt ini nantinya akan diberikan sebagai souvenir dalam launching animasi.

d. Sticker

Merupakan bahan sosialisasi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mensosialisasikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. Sticker ini akan didesain menampilkan *typography* “Pelukan dalam Ketakutan” dan tokoh – tokoh dalam animasi.

e. Tote Bag

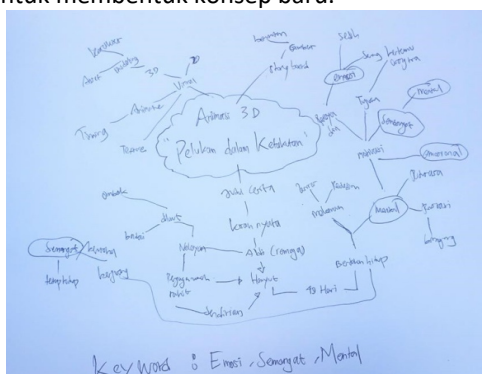
Tote bag merupakan tas besar yang mempunyai tali di bagian tengah masing-masing sisi. Tote bag nantinya berfungsi sebagai merchandise bagi konsumen yang membeli CD/DVD animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Media ini di desain dengan menampilkan judul animasi 3D sebagai fokus dalam memasarkannya.

f. Gantungan Kunci

Gantungan kunci adalah gantungan kecil yang digunakan untuk mengaitkan suatu benda kecil dengan lubang kunci. Gantungan kunci ini berupa akrilik yang berisi gambar karakter animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”.

Konsep Desain

Konsep adalah gagasan atau ide menjadi dasar dan acuan dalam proses perancangan sebuah media. Konsep dalam pembuatan media komunikasi visual sangatlah penting karena merupakan strategi dan cara berpikir untuk menciptakan suatu gagasan yang dapat menyelesaikan permasalahan dari segi desain [10]. Untuk mendapatkan sebuah konsep penulis melakukan *brainstorming*, sehingga menemukan *keyword* yang nantinya digunakan untuk membentuk konsep baru.



Gambar 1. Brainstorming Konsep

[Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019]

Melalui *brainstorming*, didapatkan beberapa *keyword* yaitu motivasi, berjuang, dan harapan. Dari *keyword* tersebut disederhanakan menjadi sebuah konsep yaitu

“*emotional spirit*”. Kata *emotional spirit* yang dimaksud dalam perancangan ini adalah bagaimana membangun semangat jiwa pantang menyerah seperti yang dimiliki Aldi hingga mampu mengontrol emosi dalam dirinya ketika bertahan hidup di tengah lautan selama 49 hari. Konsep ini dibentuk berdasarkan hal yang perlu diperhatikan dalam pemecahan masalah. Masalah yang dimaksud adalah menciptakan sebuah animasi 3D dalam upaya memberikan pengetahuan kepada penonton.

Visualisasi Desain

1. Animasi

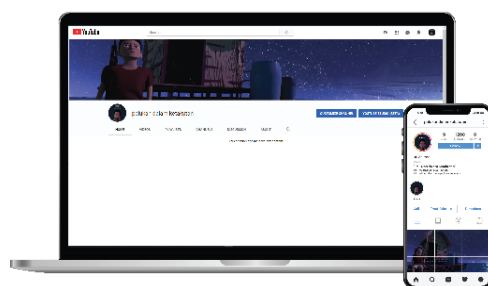


Gambar 2. Tampilan animasi 3D

[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Animasi 3D “Pelukan Dalam Ketakutan” adalah sebagai media utama dalam sosialisasi tentang kecerdasan emosional.

2. Sosial Media



Gambar 3. Tampilan Halaman Youtube dan Instagram

[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Dalam sosial media, ilustrasi yang digunakan pada media sosial adalah ilustrasi berupa gambar yang diambil dari animasi 3D. Dimana ilustrasi tersebut berfungsi sebagai penarik perhatian serta bertujuan untuk memperkenalkan animasi. Warna yang digunakan disesuaikan dengan konsep

keseluruhan animasi 3D. Warna biru dan putih, menjadikan sosial media memiliki nuansa tenang. Teks pada sosial media bersifat informatif dan persuasif. Teks pada postingan awal mengenalkan terhadap animasi 3D yang dirancang. Teks persuasif terdapat pada ajakan untuk mengapresiasi animasi 3D tersebut dengan menonton. Pada postingan youtube berisikan animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan” dan instagram berisikan informasi tentang animasi 3D berupa foto.

3. Poster



Gambar 4. Tampilan Desain Poster
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Dalam poster menampilkan ilustrasi karakter beserta adegan pada saat terapung di laut. Karakter yang ditampilkan yaitu tokoh utama dalam cerita animasi. Warna yang digunakan disesuaikan dengan gaya desain yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan warna yang digunakan dominan biru pada poster untuk memberikan kesan ketenangan. Warna yang digunakan memiliki saturasi rendah untuk mengekspresikan kesan sedih. Teks pada poster secara keseluruhan menyampaikan informasi mengenai animasi 3D yang bersifat informatif dan persuasif. Bahasa yang digunakan merupakan Bahasa sederhana agar mudah dipahami serta mudah penyampaian informasi. Unsur tipografi, menggunakan jenis huruf fancy pada bagian judul “Pelukan dalam Ketakutan”, font Tw Cent Mt di bagian sub judul, naskah dan penutup. Bahan yang digunakan untuk mewujudkan poster ini adalah *art paper* dengan ukuran A3.

4. Kemasan



Gambar 5. Tampilan Desain Kemasan
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Dalam kemasan DVD, ilustrasi yang digunakan pada desain kemasan adalah Aldi yang berpose sedang merenung memikirkan orang tuanya dan menenangkan pikirannya sambil berharap ada yang menolongnya. Penggunaan warna biru sebagai dasar untuk memberi kesan ketenangan serta penambahan warna gelap untuk menambah suasana sedih pada ilustrasi. Teks pada kemasan terletak pada bagian dalam kemasan DVD dengan memberikan sinopsis yang berisi penggalan cerita pelukan dalam ketakutan. Tipografi menggunakan jenis huruf fancy pada bagian judul.

5. Roll-up Banner



Gambar 6. Tampilan Desain Roll-up banner
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Ilustrasi yang digunakan senada dengan desain poster dari segi ilustrasi. Ilustrasi diambil dari animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Warna yang digunakan pada desain *roll – up banner* menggunakan warna biru selain untuk memberikan kesan ketenangan juga untuk menciptakan satu kesatuan dengan media

lainnya. Teks pada desain *rool – up banner* menampilkan sinopsis cerita dan alamat media sosial animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Penggunaan jenis tipografi dalam judul menggunakan jenis font fancy. Pada kalimat ajakan menggunakan font Tw cent Mt sehingga mudah dibaca. Bahan yang digunakan yaitu banner jenis Flexi China.

6. T-Shirt



Gambar 7. Tampilan Desain *T-Shirt*
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Ilustrasi yang digunakan sama dengan desain poster dari segi ilustrasi. Ilustrasi diambil dari animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Warna baju yang digunakan pada desain *T-Shirt* menggunakan warna hitam agar dapat menggambarkan suasana malam yang terdapat dalam ilustrasi dari animasi animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Penggunaan jenis tipografi pada *T-Shirt* menggunakan jenis font fancy. Bahan yang digunakan yaitu *cotton 30s*.

7. Sticker



Gambar 8. Tampilan Desain *Sticker*
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Ilustrasi yang digunakan sama dengan desain poster dari segi ilustrasi. Warna yang digunakan pada desain *sticker* menggunakan warna biru dan tambahan sedikit warna ungu selain untuk memberikan kesan ketenangan juga untuk menciptakan satu kesatuan dengan media lainnya. Penggunaan jenis tipografi pada

Sticker menggunakan jenis font fancy. Bahan yang digunakan yaitu sticker vinyl.

8. Tote bag



Gambar 9. Tampilan Desain *Tote Bag*
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Ilustrasi yang digunakan sama dengan desain poster dari segi ilustrasi. Penggunaan jenis tipografi dalam judul menggunakan jenis font fancy. Bahan yang digunakan untuk mewujudkan tote bag adalah kain kanvas.

9. Gantungan Kunci



Gambar 10. Tampilan Desain Gantungan kunci
[Sumber: Dokumentasi Penulis, Tahun 2019]

Ilustrasi yang digunakan senada dengan desain poster dari segi ilustrasi, ilustrasi diambil dari animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”. Penggunaan jenis tipografi dalam judul menggunakan jenis font fancy. Bahan yang digunakan adalah akrilik.

4. KESIMPULAN

Melalui proses analisis dan studi kasus yang telah dilakukan baik di lapangan maupun menggunakan berbagai literatur dalam perancangan animasi 3D “Pelukan dalam Ketakutan”, maka konsep yang tepat digunakan adalah “*emotional spirit*”. Animasi dibuat berdasarkan referensi dan terinspirasi dengan kecerdasan emosional. Tujuannya adalah untuk

mensosialisasikan pentingnya kecerdasan emosional dalam kehidupan remaja jaman sekarang. Strategi kreatif dilakukan melalui pemilihan media yang efektif dan tepat. Untuk mendukung strategi kreatif tersebut, maka diadakan kegiatan sosialisasi yang efektif.

Dalam melakukan kegiatan sosialisasi, media yang tepat digunakan antara lain: animasi 3D, media sosial, dan poster sebagai media utama. Sedangkan media pendukung dibuat berupa kemasan DVD, *roll-up banner*, *t-shirt*, *sticker*, *tote bag*, dan gantungan kunci.

Untuk menghasilkan media komunikasi visual yang baik, dalam perancangan suatu desain diperlukan beberapa proses. Proses yang harus dilalui tersebut meliputi: identifikasi masalah, pengumpulan data disertai teori penunjang. Selanjutnya data diolah atau dianalisa untuk mendapatkan solusi serta strategi yang tepat. Hasil analisa diaplikasikan ke dalam visualisasi desain untuk menciptakan media sosialisasi yang tepat, sehingga permasalahan sosialisasi dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Masrur, Abdullah dan Marhijanto, Bambang. *Mendorong Daya Kemauan*. Penerbit CV Bintang Remaja, 2000
- [2] G. P. Putra Adnyana Yasa dan C. D. Surya Ambara. *Modeling dan Animasi Dengan Autodesk Maya 2014*. Penerbit STD Bali, 2018
- [3] I. N. Agus Suarya Putra and I. P. Adi Saputra, "Perancangan Media Informasi Program Studi Teknik Informatika Dan Sistem Komputer Pada STMIK STIKOM Indonesia Berbasis Animasi 2D", *Jurnal Bahasa Rupa*, vol. 1, no. 1, pp. 17-24, Oct. 2017.
- [4] Kurniadi, Adi. *Membuat Dunia 3D dengan VRML*. Penerbit Elex Media Komputindo, 1999
- [5] B. Muhdaliha and D. R. D. Batuaya, "Film Animasi 2 Dimensi Cerita Rakyat Bali Berjudul I Ceker Cipak", *Jurnal Bahasa Rupa*, vol. 1, no. 1, pp. 61-72, Oct. 2017.
- [6] B. Takwin, *Akar-Akar Ideologi: Pengantar Kajian Konsep Ideologi dari Plato hingga Bourdieu*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- [7] A. Y. Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- [8] G. Prakosa, *Animasi: Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*, Jakarta: Yayasan Visual Indonesia (Nalar), 2010.
- [9] Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2007
- [10] Supriyono, Rakhmat. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2010